平成１９年度　　平成１９年１２月２０日
ＫＳＧグループ　　企画開発委員長
辰　本　俊　和

クレーム対応セミナー報告

期日　　平成１９年　１２月　２日（日）
１４：００　～　１６：４５

場所　　福岡市博多市民センター
福岡市博多区山王１丁目１３番１０号

講師　　（有）カスタマーケアプラン
代表取締役　　中村　友妃子　氏
（プロフィール参照）

出席者
企画開発委員長　辰本　俊和　企画開発副委員長　石蔵　啓司
企画開発副委員長　久保　義行　　事務局長　藪下　鉄也

参加クラブ１４クラブ　参加者総勢６６名

※　アンケート集計結果と参加者名簿は別に添付！

「あなたが担当でよかった！」の著者　中村先生をお招きして、「クレームが顧客満足に変わる」をテーマに、お客様の心を汲みとるノウハウ、スイミングクラブ、スポーツクラブにどう活かすために失敗しないクレーム対応成功の法則についてお話をいただきました。
また、各クラブより事前に実際困った事例を頂きました。その事例にそって、対応の仕方を丁寧にわかり易くお話くださいました。テンポのよい大阪弁で、２時間４５分という長い時間があっという間に過ぎました。アンケートにもありますが大変よかった。参考になりました。等のご意見を多数頂きました。
今後は、各クラブでクレーム対応マニュアル、もしくは、ガイドラインを作成していただき実行していただくようお願いいたします。
尚、中村先生の著書及びDVDがご入用な方は申込用紙を添付しておりますのでご活用下さい。

内容につきましては下記の通りです。

１、成功するお客様対応４つの心構え

参考：クレーム対応のプロが教える最善の話し方（青春出版社刊）

（１）『顧客満足』向上が使命

＃”さっきははらが立って感情的になってしまったけど、また使いたいから、次も買いますね”という気持ちになってくださるための活動があなたにとって『顧客満足』の活動になるわけです。

（２）『顧客感動』を与える

＃「顧客感動」を与えるための対応担当者の心構えは、なんと言うことのないことです。「面倒くさがらない」ただこれだけのことです。

（３）『納得・満足・安心の方程式』を使う

＃お申し出者に納得を得られない苦しさは、かんたんに言えばあなたのスキル不足の表れですから、お申し出者のせいではありません。

（４）すべてのお客様が神様ではない

＃クレーム対応は「いつも相手の期待や要望に条件なしに応えなければならない」と思い込んでいませんか？その期待や要望にお応えするべきか否かについては、あなたとあなたの会社が判断すべき作業なのです。

２、お客様対応部門のあり方

① クレーム対応は個人の持ち前の力量に１００％頼ってこなす仕事ではない。

② 手順・法律・心理学・・コミュニケーション力・ルールとリンクした企業内でのガイドラインを持ち、階層別責任ランクを明確にした対応マニュアルを作成し実践教育を重ねる。

③ 最終的には対応スペシャリストが最も対応担当者としての業務シェアを重くおくこと。

④ 現場が、いつも、その場で、完結まで、運ばなければならないというものではない。

３、付加価値不満に注目

３００円のイチゴショートケーキから学んだもの

４、納得・満足・あんしんの方程式

- **ロジカル（論理的対応）**事実・数値・手続き・ルール　⇒　法律

＋

- **ホスピタル（親身的対応）**担当者が相手の思いにたって運ぶ

×

- **テクニカル（手法）**
  手順を習得する・トークを覚える・ツールを活用する・ネットワークで調べる

＝

納得･満足･あんしん

５、段階的対応変化

第１段階

（論理的対応＋親身的対応）×手法活用

＊　相手の身になって対応できる対応者のアピール

第２段階

（論理的対応＋根気対応）×手法活用

＊　できないことはできないと１歩も譲らない主張

第３段階

法的対応　×　手法活用

＊　これより弁護士に対応を移管する手続きをいたします。

6、納得・満足・あんしんを得る対応術

【ロジカル（論理）対応編】

① 即答不要で３現主義（現品・現象・現場）の徹底

↓

② 正確な事実・情報の獲得

↓

↓

③　原因究明

↓

④　回答の設定

↓

⑤　原因が再発しないための改善対策の提示と実施

７、納得・満足・あんしんを得る対応術

【ホスピタル（親身的）対応変】

①　ファーストグリーティングで主導権を得るための好感度を得る

↓

②　ラポールを架けるために、自分は話さず、本音の浄化

↓

③　事実と本音の聴き取りは心の声を聴くアクティブリスニング方式で

↓

④　なぜ発生したのかの説明ではなく今どうしてあげるかの汗かき提案

↓

⑤　心に残るトークで笑顔のクロージングを招き寄せる

８、６秒後の無意識の中の意識

＜ハロー効果・メイラビアンの法則＞

“相手があなたに歩み寄るための第一歩”

６秒後に好感を持ってもらえる挨拶をする

＜好感の持てる担当者イメージ＞

自分の思いにたって、

誠実に対応してくれそうな担当者

８、会話の主導権はこちら

“正しく詳しい情報をたくさん持っている方が主導権をもつ”

（1）初対面あいさつまでが勝負なり

１、あいてより先に　２、はっきりとした声で　３、長い文言で
挨拶したほうに自動的に主導権ができる。

（2）ファーストリーディングはツーストローク

１、最初の主導的あいさつはふたつのキーワードで

２、定形例　『おわび』＋『お礼』

「このたびはお買い上げいただきましてありがとうございました。にもかかわらずご満足いただけなかったようで申し訳ございませんでした」

１０、ラポールの原理

“まず心の架け橋をかける。説明はラポールがかかってから”

相手に『あなたの提案で OK』といってもらいたい A さんは
先ずさん B のダンスを踊る（B さんにたくさんしゃべらせる）
B さんの個人的な事情が一言現れる（本当のお困りごとが現れる）
B さんの個人的事情の会話を３０秒程度する（架け橋を架ける作業）
次にこちら側の話したいことに入る（説明は架け橋が架かってから）

１１、アクティブリスニング

＜積極的傾聴・カールロジャースの法則＞

“本心はまだ口にしてない”

言葉には二つの側面がある

①　口からでた文言・・・・・意味

②　心で思っている言葉・・・意思

③　相手に好感を持っている人は①と②が同じ

④　相手にネガティブな思いを持っている人は
①と②が異なる

＊　お申し出者の話の前半は④の現象であることが多い

１２、怒りは二次感情

“怒りの声は恐れない。まずは一次感情を見出す”

（1）怒りの一次感情

悲しい・淋しい・悔しい・恥ずかしい・切ない・格好が悪い・痛い
怖い・不安・心配など

（2）二次感情の（怒り）から一次感情の見出し方

『約束の時間に連絡がない』というお怒り⇒約束を守れなかった⇒軽んじられている⇒自尊心が傷ついた

１３、クッションとサンドイッチトーク

“ビジネス会話の基本を守って”

①　クッショントーク

用件の前に A クッション用語・B 気配り用語・C お客様対応専用共感言葉を使う

②　サンドイッチトーク

大事な事例、大金に関わる事例、お怒りが強い場合、用件の前後に A・B・C を使う

１４、言葉の投げかけ順を誤らない

“常に相手の立場に立った会話を進めるために”

①　相手の言葉を否定、拒否したい場合

＊　尖りのある内容を丸く話す会話術の習得

肯定語・共感言葉　⇒　否定語

② **身体的問題のある事例の場合**

＊　自社のイメージダウン問題よりもお客様の苦痛寄り添うのが先

身体的慰労　⇒　精神的慰労　⇒　病院促進　⇒　事実確認

１５、付加価値不満の解決方法

“担当者の親身な対応でしか納得は得られない”

① **親切の先取**相手から要望がでる前にやっておきましょう

「一度、おちらでお調べしてみましょうか？ひょっとしたらお役にたてないかもしれませんが」

② **汗かき提案**ツールとネットワークを活用した担当者の一汗かいた提案ネットワーク

＝電話・FAX・取扱説明書・ホームページ・啓発資料・手紙ネットワーク

＝第3者機関・他社お客様相談室

＊　チラシにアンダーラインを引き、付箋を貼る

＊　他の機関の紹介。電話番号、ホームページアドレス・検索アドレス、書籍名

１６、合意をみたらもう一仕事

“最後は「言ってよかった」と思う心に残るクロージング”

言葉の引き出しを豊富に習得する

① **気配り用語**

クッショントーク・サンドイッチトーク・相談に適しています

② **お客様対応専用共感言葉**

なにに共感しているのかしっかりピンポイントを特定すること

③ **ギブアップトーク**

クレーム処理は即答不要、正確、最適な返事をするための時間をいただく

④ **クロージングトーク**

「思い切って電話をしてよかった」と思ってもらえる最後の一言

以上